

33家房企2月销售额翻倍



新年伊始,借助政策激励以及市场回暖影响,房企业绩也持续走强。数据显示,目前共有33家房企公布了2月销售业绩,合计销售额高达1148.78亿元,同比增长100%;而销售面积的涨幅达到了79%。业内人士表示,今年前两个月,大部分标杆房企都收获了开门红,整体看,与宽松政策推动一二线楼市火爆有非常大的关系。

业绩上涨100%

中原地产研究部统计数据表示,已经公布2月销售业绩的房企合计33家,33家2月公布的合计销售额高达1148.78亿元,同比这33家房企2015年2月同期的销售577.59亿元,涨幅高达100%。销售面积涨幅为79%。

不仅仅销售额明显上涨,销售均价也上行明显。

33家房企合计2015年2月销售均价为1万元/平方米,而这个数字在2016年2月销售均价则上升到1.12万元,同比涨幅达到了11.2%。在33家房企中,均价上涨的企业达到了24家,除个别企业因为战略扩张到二三线城市,减低均价外,大部分企业在2016年2月均实现了量价上涨。

中原地产首席分析师张大伟分析表示,标杆房企在2015年表现出优于市场的平均水平,今年1-2月的销售数据火爆延续了这一趋势。统计显示,1-2月大部分标杆房企都收获了开门红,整体看,这与宽松的政

策推动一二线楼市火爆有非常大的关系。预计这一趋势将延续到整个上半年,标杆房企销售业绩将同比呈现明显上涨态势。

拿地热情不减

楼市的升温也开始向土地市场传导。

数据显示,1月20大标杆房企合计拿地金额突破了441亿元,继续保持高位,房企拿地主要集中在二线城市。2月拿地数据也接近200亿元,并未受到春节全面影响,充分证明了标杆房企对一线城市的追捧。

其中,包括万科、绿地、融创等龙头企业重点城市均有大规模补仓动作,标杆房企对一二线城市持续追捧依旧热烈。业内人士表示,房地产刺激政策频繁出现,利好一二线城市,这种情况下,房企拿地积极性明显提高。

据不完全统计,去年万科、保利、华润、龙湖、碧桂园、绿地等20家标杆房企拿地金额达5388亿元,重点依旧是一二线城市。同时,土地出

让均价都呈现拉高趋势,拿地成本同比涨38%,特别是一线城市土地溢价率再创新高,站稳24%。预计2016年,标杆房企拿地势头仍将延续。

开发商仍承压

值得注意的是,从全国楼市看,市场分化依旧严重,一二线城市虽然也处于调整中,但需求基础依然庞大,从2014年四季度以来的市场看,一二线城市明显快速复苏。三四线城市天量库存积压。一二线城市聚集了过多的资源,需求集中,而供给和存量相比需求都短缺。所以在目前经济发展不均衡的情况下,一二线城市房价易涨难跌。

从企业数据看,分化也明显加剧,虽然整体2015年房地产是复苏的一年,但对于房企来说,利润率降低已成为普遍性现象,部分房企甚至持续亏损。对于房企而言,2016年面临压力非常大,其中三四线城市库存积压,一二线城市地王频现都将吞噬企业利润率。

北京商报记者 董家声

· 红黑榜 ·



碧桂园 今年国内销售目标1680亿



3月15日,碧桂园控股有限公司在香港举办2015年度业绩会,碧桂园总裁兼执行董事莫斌透露,碧桂园今年国内销售目标是1680亿元。他强调称,该目标并不包括海外销售。莫斌还表示,相比其他企业来说,三四线是公司的优势地带,在这些区域主要做改善型项目。莫斌补充表示:“我们三四线项目只会升价销售,绝对不会降价销售,而且是一个持续升价趋势。”此外,被问及去年10月“退地”一事,莫斌表示,北京地块已经退出,现在完全是金茂在做。

小编插话:追求规模的同时也要着力改善债务机构。

华润置地 申请发行200亿元中期票据



华润置地有限公司3月15日午间公告,其向中国银行间市场交易商协会申请注册总额不超过人民币200亿元中期票据,并择机分期发行。华润置地又表示,公司已向协会提交额度注册及首期建议发行的有关申请,但能否以及何时获批具有一定的不确定性。据悉,华润置地拟于获得上述批准后发行首期中期票据,本金金额拟为人民币50亿元,票面利率通过簿记建档方式厘定,并须视市场情况及投资者兴趣而定。

小编插话:今年华润置地在土地市场表现上较为积极。

宝龙地产 全年净利增五成



昨日,宝龙地产控股有限公司发布公告称,截至2015年12月31日,集团的总收益为119.07亿元,较2014年同期增加约23.2%。宝龙地产称,这主要是由于各业务分类收入均增长所致;集团合约销售额约为143.05亿元,较2014年同期增加约34.3%;合约销售面积约为153.2万平方米,较2014年同比增长约26.8%;净利润则约为23.35亿元,同比上升约54.9%;毛利率为32.9%,较2014年同期的28.8%也有小幅上升。公告中,宝龙地产称,去库存仍然是2016年的营销主线,集团将进一步提高2016年销售目标至150亿元,同比增长15.4%。

小编插话:中小规模房企竞争更加激烈。



茂业国际 去年净利同比下滑近九成

近日,茂业国际发布公告披露,其2015年全年销售所得款项总额为91.58亿元,较上年同期下降14.9%,而特许专柜销售同比下降5.1%。经营收入总额为41.16亿元,较上年同期下降6.5%。下降的主要原因是由于茂业通信网络股份有限公司自2014年12月起不再作为茂业国际的附属子公司并入财务业绩。剔除因茂业通信而引起的影响,茂业国际本期销售所得款项总额下降3.3%,而经营收入总额上升4.1%,其中经营收入的上升主要得益于2015年地产项目结转收入的增加。另外,母公司净利润为1.4亿元,较上年同期下降89.8%,剔除非经营性因素后较上年同期降幅为62.2%。

小编插话:布局三四线城市的房企面临较大压力。

艾迪城打造“下一代”社区

随着“互联网+”的提出以及发展,社区正深刻地改变着人们的生活和居家方式。下一代社区的核心竞争力不再只是地段好、环境优、配套全,更要能够接入完善、持续的健康服务平台。近日,江河地产宣布其打造的北京LOFT市场销冠艾迪城全面升级为国际全健康智慧社区。

艾迪城的设计、规划注重的是房子里的设备与人之间的联系;社区里人与人之间的互相联系、互动;社区和社区、社区和社会之间的联系。实现人性化,让街坊邻里不再陌生、冷漠。当传统开发商以居住为目的的社区功能逐渐萎靡时,而艾迪城依靠“家居智能化”和“社区智能化”接入互联网思维和前沿科技,带来全新的智慧健康生活的改变却备受瞩目。

作为国内首个“国际互联网智

慧社区”,艾迪城构建以互联网生活平台为体系的“下一代”社区模型,业主不仅可以线上缴纳物业管理费、实现房屋租售、参与商品团购,还可享受儿童教育、休闲娱乐、餐饮、健康医疗、投资理财等一站式生活服务。

在“下一代”社区的生态链中,艾迪城以周边完善的商业、医疗、教育、生态等各项国际配套,为业主提供了浓厚的国际化生活氛围。同时,依托“温榆河绿色生态走廊”所形成的167平方公里的绿色汪洋生态区,着力打造高端生态品质人居,实现生态链价值的最大化。业内人士表示,“下一代”社区将会在一个阶段内成为房企的新方向。

据介绍,艾迪城在国内率先提出下一代社区“国际全健康智慧社区”概念,开启全新城市健康智能的

宜居时代。在原有运动设施基础上,2016年艾迪城又新增1000平方米的健康主题生活馆,区别于其他项目会所的单一性,此番艾迪城健康生活馆的设置更是新生活方式的升级体验,包括瑜伽、禅修、茶舍、书画等当下时尚的休闲方式。健康馆还有心理按摩功能的舒压馆,健康检测馆和提供预防疾病咨询的养生馆等特色功能区。

而在产品端艾迪城持续创新,为分户式中央空调加装PM2.5净化风口,加上配置与地市级建筑国贸三期相同规格的中空LOW-E玻璃,为业主带来双重防霾保障。并联合金牌管家国贸物业,以楼栋为单位为业主增加私人健康管家一对一服务,从而实现业主健康保障的全覆盖。

北京商报记者 董家声